

Взгляд администрации розничного торгового предприятия на электронную торговлю на примере Интернет-магазина ОАО «Горизонт»

Мозжухин Иван Александрович

главный специалист УП «Торговый дом Горизонт»

«Торговый Дом Горизонт» является крупнейшим фирменным магазином города Минска, специализирующимся на продаже телевизионной и бытовой техники. Предприятие широко известно не только в столице и Республике Беларусь, но и за ее пределами как магазин фирменной торговли ОАО «Горизонт».

Из общего объема продаж телевизоров «Горизонт» по городу Минску до 50% реализуется через фирменный магазин «Торговый Дом Горизонт», что по итогам 2004 г. составило порядка 14% от общего количества телевизоров «HORIZONT» проданных в магазинах Республики Беларусь.

Продажа телевизоров в УП «Торговый Дом Горизонт» осуществляется по форме индивидуального обслуживания, в том числе с открытой выкладкой - это форма продажи, при которой ознакомление покупателей с имеющимся ассортиментом товаров осуществляется самостоятельно или с помощью высококвалифицированного продавца-консультанта. Проверка качества, консультация, упаковка и отпуск товара производится продавцом-консультантом.

27 марта 2003 г. УП «Торговый Дом ГОРИЗОНТ» первым из сети розничной торговли Министерства промышленности открыл электронный магазин horizont-shop.by в Интернете. В декабре 2003 г. в рамках специализированной выставки-ярмарки «ТІВО - Цифровой Дом'2003» электронный магазин УП «Торговый Дом ГОРИЗОНТ» был награжден дипломами за победу в конкурсе «Лучший электронный магазин 2003 года» в номинациях «Интернет-магазин потребительской электроники» и «Специализированный Интернет-магазин». В 2004 году в рамках специализированной выставки-ярмарки «ТІВО - Цифровой Дом'2004» мы были награждены дипломами за победу в конкурсе «Наш выбор» (выбор посетителей выставки) в номинации «домашний кинотеатр», за победу в конкурсе «Лучший электронный магазин» в номинации «Электронный магазин, активно продвигающий продукцию белорусского производства в сети Интернет», нас отметили специальным призом жюри как лучшему Интернет-магазину, созданному на базе фирменного магазина белорусского производственного предприятия.

К положительным сторонам нашего Интернет-магазина можно отнести:

- Тот факт, что shop-horizont.by создан на базе действующего магазина (13 лет на рынке) - имеется значительный опыт работы с соответствующей группой товаров, сложился положительный имидж среди покупателей;

- Это один из первых электронных магазинов, созданных для продвижения товаров белорусского производства - позволяет занять лидирующие позиции в рассматриваемом секторе торговли;

- Защита интересов покупателя. Товар, купленный через Интернет-магазин, созданный на базе существующего реального магазина, сопровождается всеми документами согласно законодательства РБ;

- Приобретая товар через электронный магазин покупатель получает профессиональное обслуживание, консультации, установку, настройку. Это связано с выездом продавца непосредственно к покупателю для сопровождения товара и совершения факта купли-продажи;

- Магазин располагает собственными складскими запасами с достаточной номенклатурой товаров для представления в продажу большого ассортимента;

- В магазине организован участок предторговой подготовки, что позволяет ввести дополнительный контроль качества продаваемого товара;

- В Интернет-магазине не заявляется товар, которого нет в продаже. Покупатель, который сделал свой выбор, может рассчитывать на то, что не возникнет необходимости ожидать доставки товара в течение нескольких недель;

- В реальном магазине, как дополнительная услуга, существует бесплатная доставка товара на дом покупателю. Как следствие организация доставки товара, приобретенного в Интернет-магазине не вызывает сложностей и увеличения стоимости товара.

Отрицательная сторона Интернет-магазина УП «ТОРГОВЫЙ ДОМ ГОРИЗОНТ»:

Поскольку Интернет-магазин не является основным видом деятельности предприятия, приходится идти на компромисс в ущерб уровню сервиса. Реальный магазин работает 10 часов в будние дни, 8 часов в субботу, 5 часов в воскресенье - итого 63 часа в неделю. Обработка и доставка заказов электронного магазина, по объективным причинам, не может производиться в нерабочее время, что несколько снижает оперативность работы и доставляет некоторое неудобство покупателям. Говорить об идеальной для покупателя форме 24/7 не приходится и, вероятно, для нашей группы товаров нет необходимости – покупки сложной бытовой техники и электроники являются осознанными и не носят стихийный характер.

На фоне общего товарооборота УП «ТОРГОВЫЙ ДОМ ГОРИЗОНТ» товарооборот через Интернет-магазин незначителен. Так по итогам 2004 года он составил 0.25% от общего товарооборота. По итогам 2005 года ожидается двукратное увеличение продаж через электронный магазин, но они не составят даже 1% от общего товарооборота. Основным сдерживающим фактором является то, что электронная торговля в рамках УП «ТОРГОВЫЙ ДОМ ГОРИЗОНТ» позиционируется как имиджевая составляющая торгового процесса. Целевая аудитория в основной своей массе не имеет доступа к Интернет-магазину. Интернет-магазин нами используется для увеличения информированности потенциальных покупателей о деятельности реального магазина, наличии товаров, текущих ценах. Покупателю, особенно такого технически сложного товара как телевизор, нужно дать возможность увидеть товар «живьем», важны восприятие изображения конкретного телевизора, оценки дизайна и размеров, выбор основывается на субъективных ощущениях.

Оценить экономическую эффективность крайне сложно. Тот малый процент в товарообороте всего предприятия не может говорить о том, что электронная торговля не работает. Исходя из нашего опыта, можно говорить о том, что Интернет-магазин пользуется популярностью, но для окончательного выбора покупатель приходит в реальный магазин.

Даже самый хороший товар по самой конкурентоспособной цене не продается сам. Основная масса покупателей не уверены в своем выборе и продавец- это тот профессионал, который призван помочь человеку убедиться в том, что выбор верен. В нашем случае возможности электронного магазина накладывают большие ограничения: мы не можем повлиять на выбор покупателя. На сегодняшний день у нас нет возможности рассматривать торговлю через сеть Интернет как нечто большее, чем расширенная форма торговли по каталогам. Возможно со временем, когда проникновение сети и самое главное доверие к Интернету повысится и перераспределится (На сегодняшний день выбор покупки очень часто совершают не те люди, которые продвинуты в техническом отношении и действительно являются активными пользователями сети, а те, кто достаточно далеки от электронной торговли), электронную торговлю ждет небывалый прорыв.

В заключении нужно сказать, что основным направлением развития электронного магазина является приведение в соответствие ассортимента реального и виртуального магазинов. В качестве более далекой перспективы планируется внедрение логистической системы, обеспечивающей доставку товара покупателю непосредственно со склада поставщика, минуя склады магазина.

Создание Интернет-магазина на базе розничного торгового предприятия (на примере «универсама «Центральны»)

Шалай Александр Сергеевич

руководитель студии Интернет-проектов

Расширение глобальной экономики в сочетании с развитием информационных технологий становится предметом широкого общественного интереса, особенно ярко это выражено в среде образования и бизнеса.

Доступность и удобство использования компьютерного оборудования в сочетании с моментальной передачей цифровой информации предоставляют пользователям широкие возможности от развлечений до деловых операций. Покупатели получают, как никогда ранее, мощные средства общения с производителем или продавцом, позволяющие точно формулировать свои желания.

Покупки посредством сети Интернет уже вошли в практику большинства развитых стран, но, по западным меркам, Беларусь все еще отстает в сфере внедрения Интернет платежей и развития электронной – торговли. Однако, несмотря на все организационные трудности за последние пять лет количество Интернет-магазинов выросло почти в 20 раз. На сегодняшний день байнет насчитывает до тысячи сайтов, содержащих перечень реализуемых товаров, цен, условий оплаты и доставки, 90 % из них осуществляют свою деятельность